**„ULOGA MARKETINGA U STVARANJU KONKURENTSKE PREDNOSTI**

**PODUZEĆA“**

**1. OPIS:**

Predavanja će biti fokusirana na ulogu marketinga u ukupnom poslovanju poduzeća, kao i razvoju različitih strategija marketinga koje mogu pomoći poduzećima da prežive i omoguće razvoj poduzeća u vrlo izazovnom i konkurentskom okružju. Temeljna odrednica suvremenog marketinga je potpuna gospodarska orijentacija na tržište i potrošača što ga čini vrlo bitnim elementom u ukupnim gospodarskim kretanjima. Suvremena globalna svjetska kretanja jednostavno zahtijevaju neprestano prilagođavanje različitim izazovima i promjenama na tržištu. Neke od tih promjena su vidljive ili predvidive, ali ima i onih koje je puno teže prepoznati. Upravo brzina reakcije na promjene i uporno prilagođavanje, omogućuje poduzeću stvaranje konkurentske prednosti na tržištu. U prvom ćemo se dijelu radionice upoznati s osnovnim elementima marketinga i njegovom ulogom u ukupnom poslovanju poduzeća. Staviti ćemo naglasak na važnost marketinške koncepcije kao preduvjeta stvaranja filozofije poslovanja usmjerene na zadovoljenje potreba i očekivanja potrošača. S obzirom da okosnicu znanja o marketingu čine različite teorije, metode, tehnike, sredstva, prakse, procedure i iskustva, upoznati ćemo i marketinšku tehnologiju kao važan skup tehnika upravljanja.

Važnost i uloga marketinškog planiranja biti će tema u drugom dijelu radionice. Baviti ćemo se bitnim elementima koji utječu na učinkovitije upravljanje poslovnim procesima i lakšu prilagodbu poduzeća vanjskim utjecajima. Također ćemo usvojiti tehnike koje će nam omogućiti izradu marketinškog plana poduzeća.

U posljednjem dijelu radionice, pokušati ćemo izmjeriti važnost pojedinih elemenata

marketinškog miksa u poslovanju poduzeća, odnosno postizanju ciljeva poduzeća i zadovoljavanja potreba i želja ciljnih tržišta. Usvojiti ćemo također tehnike odabira optimalne kombinacije pojedinih

elementa marketinškog miksa sa ciljem stvaranja održive konkurentske prednosti i kvalitetnog pozicioniranja poduzeća.

Osnovni nam je zadatak na kraju radionice moći odgovoriti na nekoliko važnih pitanja:

· Na koji se način mogu usporediti sa svojom konkurencijom?

· Kako mogu identificirati i odabrati profitabilne marketinške segmente/elemente?

· Kako otkriti nove prodajne kanale?

· Na koji se način moja ponuda/proizvod razlikuje od mojih novih i starih konkurenata?

· Kako se trebam ponašati prema konkurenciji?

· Kako zadovoljiti svoje kupce i izgraditi lojalnost marke?

· Kako odrediti cijenu proizvoda?

· Trebam li potrošiti novac na promociju?

**2. CILJ RADIONICE:**

· Upoznati polaznike s važnošću marketinga u tržišnom gospodarstvu

· Usvajanje marketinškog pristupa u procesu poslovnog odlučivanja

· Upravljanje elementima marketinškog miksa

· Izrada marketinškog plana

· Osiguranje kvalitetene komunuikacije između pružatelja i korisnika usluge